

بكوش كريمة
المركز الجامعي خميس مليانة

كواش زهية
المركز الجامعي خميس مليانة

مداخلة بعنوان:

شبكة الأنترنت و التجارة الالكترونية(مفاهيم أساسية)

الملخص:

تشمل التجارة الالكترونية شراء و بيع المنتجات و الخدمات في السوق الالكتروني مع تسهيل و تسيير تدفق المعلومات و الاتصالات فيما بين الشركات و بين أجزاء الشركة الواحدة

Le e-commerce inclure l'achat et la vente des produits et des services dans le marché électronique et de faciliter la conduite et la Circulation de l'information et des communications entre les entreprises et entre les parties d'une seule entreprise

الكلمات الدالة: الأنترنت، التجارة الالكترونية، الشبكات الداخلية و الخارجية ، الانترانت، الاكسترانت

مقدمة:

أصبح العالم اليوم قرية صغيرة نظرا لإزالة كافة الحدود ، مما سمح بتبادل المنتجات و الخدمات و حتى المعلومات بصورة سهلة و ما ساهم في ذلك ظهور التكنولوجيا الحديثة من أجهزة المعلومات و شبكات الاتصال كالإنترنت التي تخدم التجارة بمختلف أشكالها.

فالأنترنت أحدث تأثيرا واضحا في أداء الأعمال و الأنشطة التجارية ،لكن هذه التأثيرات ليست بالأمر الجديد ،إنما الجديد في الأمر هو ازدياد وتيرة التغيرات و انتشارها بشكل واسع و سريع جدا ،فالانفتاح على العالم و التغيرات الاقتصادية و الاجتماعية الهائلة أدت إلى تغيير البنى التحتية لنظم و هياكل منظمات الأعمال و حولتها من منظمات ضخمة مكتظة بالعاملين إلى منظمات صغيرة الحجم تعمل بأعداد قليلة جدا من العاملين ذوي المهارات و الكفاءات العالية ،و مهما يكن شكل و طبيعة التعامل فان الأنترنت أظهر عالما جديدا يتمتع بصفة خاصة لحد ما ،فهو عالم غير مادي لكنه منظور و مسموع يعرف باسم الواقع الافتراضي .

و كذلك الحال بالنسبة للتجارة حيث تحولت اليوم من تجارة تقليدية إلى تجارة حديثة الكترونية تقوم على استخدام شبكة الأنترنت العالمية في مختلف العمليات التجارية إلى جانب مختلف التقنيات التي تسهل التبادل التجاري وتطبق مختلف الوسائط المعلوماتية و الاتصالية الحديثة ،كما يمكن أن تكون الدافع أو المحفز في تحسين المستوى الاقتصادي من خلال تحرير الأسواق الوطنية و الإسراع باندماج الإنتاج العالمي، ومن هنا بدأت التجارة الالكترونية تفرض نفسها بقوة على مختلف الشركات ،وأصبحت حاليا قضية مثيرة استراتيجيا و هي مفهوم واسع يمكن توظيفه لإيجاد مزايا كثيرة :كالتكلفة و التركيز و التنفيذ و التمايز، و السؤال الذي نحاول الإجابة عنه هو:

ما المقصود بكل من بالتجارة الالكترونية و شبكة الأنترنت و فيما تكمن العلاقة القائمة بينهما؟

و للإجابة عن تساؤلنا هذا نحاول التطرق إلى النقاط التالية:

أولا_ الشبكة الدولية للمعلومات(الأنترنت)

1- الاستخدامات التجارية للأنترنت

2- الشبكات الداخلية و الخارجية

3- العلاقة بين الأنترنت و الاكسترانت و الانترانت

ثانيا : التجارة الالكترونية

1 – مفهوم التجارة الالكترونية

2_ صور التجارة الالكترونية

3_ متطلبات التجارة الالكترونية

4_ مستويات التجارة الالكترونية

5 _ أساليب قياس التجارة الالكترونية

6_ مزايا التجارة الالكترونية

أولا :الشبكة الدولية للمعلومات(الأنترنت)

تمثل الأنترنت الشبكة العالمية(international net work) و هي اكبر الشبكات العالمية شمولية للمعلومات و أكثرها استخداما ،و أوسعها انتشارا ، حيث أصبحت محل اهتمام الكثير من رجال الأعمال و بات ينظر إليها كبيئة أعمال من نوع جديد يضم أعداد ا هائلة من الباعة و المشترين و المتعاملين (منظمات و أفراد) ، يتفاوضون و ينجزون معاملاتهم دون أن يكون لأدهم أية معرفة بالآخر و دون أن يكون لأحدهم أية معرفة بالآخر و دون أن يكون هناك دور للوسطاء فضلا على أن الزبائن يتمكنون من تبادل المعلومات و تحديد احتياجاتهم و التعبير عن رغباتهم من خلال هذه الشبكة و بشكل سريع و رخيص.

- **مفهوم الأنترنت :**

شبكة الانترنت أو كما يطلق عليها الشبكة العالمية الالكترونية، أو شبكة الشبكات أو الشبكة العنكبوتية هي اسم لنظام ضخم منتشر في جميع أنحاء العالم يتألف من أفراد ومعلومات وحواسيب وبروتوكولات لتنظيم الاتصال عبر الشبكة.[1]

الأنترنت هي :"تجمع عالمي واسع من الشبكات و الأجهزة الحاسوبية المرتبطة مع بعضها و التي تضم الملايين من منظمات الأعمال و الوكالات و المكاتب الحكومية و المؤسسات التعليمية و كذلك الأشخاص"(1)

[1] إبراهيم أبو الهيجاء، التعاقد بالبيع بواسطة الانترنت، الدار العلمية الدولية ومكتبة دار الثقافة للنشر التوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002، ص44.

-   أو هي :" شبكة حواسيب مرتبطة بشبكة عالمية تدعى (net) و أنها تربط عمل المنظمات و الحكومات و المؤسسات التعليمية من خلال بروتوكول TCP-IP خاص أصبح قاعدة في استخدام الأنترنت ، بحيث لا

يمكن الاتصال بدونه "(2).

فمن خلال ما تقدم تعد الأنترنت أكبر شبكة حواسيب في العالم على الإطلاق ،و انه اكبر من مجموعة ملفات معلوماتية ، بل هو مكان لممارسة العمل والتجارة و هذا نظرا لما يوفره من قوة التفاعل ، فضلا عن كونه مفتوحا للجميع لمن يريد الاتصال (أفراد و منظمات) و الحصول على المعلومات التي يتم عن طريقها عقد الصفقات و إجراء عملية البيع و الشراء و دفع الأثمان. إذن فالانترنت ما هي إلا جمعية عالمية من الحاسبات الآلية المرتبطة بشبكات داخلية تحمل البيانات وتسمح بتبادل المعلومات، وبذلك فليس هناك من يملك أو يحكم شبكة الانترنيت، فهي مشروع تعاوني لعدد من الهيئات والمنظمات أخذت على عاتقها وضع نظام مرتب ومتزن نتجت عنه شبكة الانترنت.

ومن خلال ما تقدم، فإن الانترنت تتمتع بالخصائص التالية:

1- للانترنت بروتوكول يسمى بروتوكول الانترنت " IP " وهو بروتوكول مفتوح بمعنى عدم وجود شركة تدعي ملكيتها للانترنت، كما أن معايير هذا البروتوكول تتحدد وتستنبط من لجان فنية تظم بائعي عتاد الحاسوب"HARD   WARE" والبرمجيات "SOFTWARE" والمستخدمين "USERS" والمهندسين "ENGINEERS" فهؤلاء جميعا هم يضعون المعايير.

2- الأنترنت شبكة مفتوحة "Opennet work": وليس شبكة مغلقة ، كما لا يوجد في قاموس الانترنت قواعد أو شروط أو قوانين تمنع الأفراد والشركات أو تسمح لهم بإضافة ملحقات أو أجهزة إلى الانترنت.

3- الانترنت وسيلة تفاعلية"Interactive   medium": وليست وسيلة جماهيرية "Massmediem" مثل التلفزيون والمجلات والراديو وإعلانات الطرق الخارجية، فالانترنت يؤمن الاتصالات التفاعلية المباشرة باتجاهين: بين الشركات والعملاء، وبين العملاء وعملاء آخرين، وبين الشركات نفسها، كما أن مستخدمي الانترنت يتسمون بخاصية كونهم شركاء فاعلين في العمليات الاتصالية، وليسو خامدين أو متلقين بالإكراه أحيانا كما في حالة الوسائل الاتصالية الجماهيرية.

4- إن قدرة مستخدمي الانترنت على المشاركة الكاملة في عملية الاتصالات تصنع قواعد جديدة للتسويق، فالانترنت يمتلك ثقافة خاصة، كما يمتلك مجموعة مختلفة من التوقعات الخاصة بالاتصال، والعملاء هم سادة الموقف على الانترنت، كما يجب على الشركات أن تجد لنفسها أساليب جديدة ومقنعة لضمان ولاء العملاء.

2- الاستخدامات التجارية للأنترنت:

تتمثل الاستخدامات التجارية للأنترنت فيما يلي:

أ- التبادل الالكتروني للبيانات (EDI) : electronic Data inter change

- يعرف التبادل الالكتروني للبيانات على أنه :" نقل للمعلومات والأموال من حاسوب لآخر ،ومن تطبيق لآخر و كذلك تغيير في تركيبة الأعمال في إطار قياسها"(3)

- أو هو" تبادل للوثائق وفق نماذج الكترونية ذات معايير متفق عليها بين المنظمات بطريقة مؤتمنة و بشكل مباشر بين التطبيقات الحاسوبية في منظمة ما إلى مثيلاتها في منظمة أخرى"(4)

إذا تقنية التبادل الالكتروني للبيانات تقلل من التعقيد داخل العمليات و من التكاليف المترتبة على استخدام الأيدي العاملة،كما تقلص من إجراءات معالجة الوثائق غير أن الانترنت حل محل التبادل الالكتروني للبيانات كونه يقوم بالمهمة ذاتها و لا سيما في المجال التسويقي.

- **أما فيما يخص المنافع الإستراتيجية التي يحققها (EDI) لمنظمات الأعمال تتمثل في: (5)**
  - تساعد منظمات الأعمال في البحث عن الزبائن
  - تسهيل عملية أعداد الطلبيات من قبل الزبائن أو الموزعين
  - تخفيض تكاليف الخزن
  - خلق ميزة تنافسية و المتمثلة في جذب الزبائن.

ب- النقل الالكتروني للأموال (EFT) : electronic funds transfer

يسمح النقل الالكتروني لأموال المستخدمين الارتباط بالشبكة و نقل الأموال من حساب مصرفي الى حساب مصرفي آخر بواسطة الخطوط الهاتفية أو وسائط النقل الأخرى ،وتتمثل عملية النقل من خلال عدة طرق ، تتمثل في :(6)

- **البطاقة الائتمانية** : ايجاد قرض مؤقت يستحق الدفع خلال شهر.
- **بطاقة الاقتراض** : نقل الأموال من الحساب المصرفي من المشتري الى الحساب المصرفي للبائع
- **البطاقة الذكية** :تخزن القيمة النقدية التي يمكن زيادتها باستخدام المكائن النقدية لغرض نقل كمية من الأموال لاستخدامها في شراء الكتب و دفع أجور الهاتف ...مثلا
- **النقد الالكتروني**: يمثل البطاقة الذكية باستثناء أنه يتم من خلاله خزن الرصيد النقدي داخل الحاسوب بدا من خزنه داخل البطاقة الذكية.

3- الشبكات الداخلية و الخارجية:

سبقت التجارة الالكترونية ظهور الأنترنت ،و ذلك من خلال الشبكات الخاصة لكنها انتشرت بشكل واسع و ازدهرت بفضل استخدام الأنترنت و ما يرتبط به من تقنيات معلوماتية و شبكات سواء كانت شبكات داخلية أم خارجية ،فالأنترت اعتبر بنية تحتية أساسية للتجارة الالكترونية لسهولة استخدامه و لإمكانية ربط شبكته بالشبكات الداخلية و الخارجية للتجارة الالكترونية .

أ- الشبكات الداخلية : Intranets

تستخدم شبكة الإنترانت من أجل تحقيق مبدأ الشفافية أي إتاحة المعلومات و وضوحها لجميع العاملين في المنظمة ،كما يسمح باتخاذ القرارات و انجاز الأعمال اليومية بالشكل الصحيح ، و هذا ما ينعكس على فاعلية أداء المنظمة (7)

ب- الشبكات الخارجية: Extranets

توفر هذه الشبكة للزبائن الخارجيين إمكانية الوصول إلى مصادر المعلومات المحسوبة للمنظمة، لهذا ستكون بحاجة ماسة إلى مستوى أعلى من الأمان مقارنة بما تتطلبه شبكة الانترانت ، فشبكة الاكسترانت ما هي إلا ربط بيني لشبكات أنترانت المنظمة و هذا الربط البيني يتم عبر شبكة الأنترنت باستخدام شبكات معلوماتية صحيحة(8) .

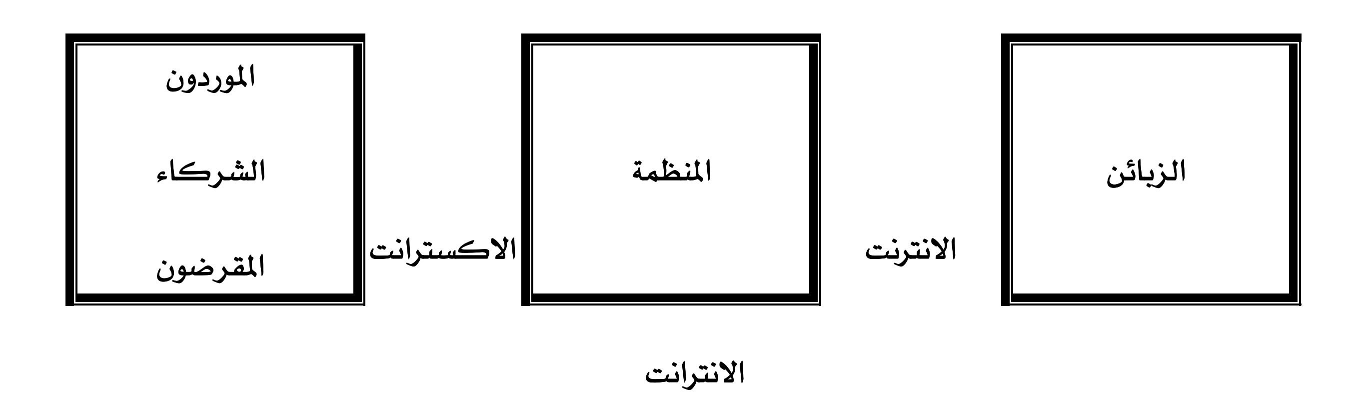
فالإكسترانت إذا هي الشبكة التي تقوم المنظمة بتزويدها بالبيانات و المعلومات التي تهم أصحاب المصالح خارج المنظمة من موردين و مقرضين و وكلاء و سماسرة و تجار جملة و غيرهم...حيث يتطلب الدخول إلى هذه الشبكة استخدام كلمة العبور (Password) لأن هذه الشبكة غير موجهة إلى الجمهور عامة ، كما هو الحال في شبكة الأنترنت.

فمن الناحية العملية تحدد المنظمة التي تمتلك شبكة الإكسترانت الأفراد الذين يسمح لهم الدخول الى الشبكة و نوع الدخول المسموح به ، فمن هذا المنطلق بدأت منظمات الأعمال تتجه نحو النظم الرقمية من خلال الشبكات كشبكة الأنترنت و الانترانت و الاكسترانت في إدارة عملياتها الداخلية ،و كذلك إدارة علاقاتها مع زبائنها و مورديها و بقية الأطراف الخارجية المتعاملة معها.

4- العلاقة بين الأنترنت و الانترانت و الاكسترانت :

الشكل في الأسفل يفسر طريقة الاتصال التي تتم بين الشبكات الثلاث،فالأنترنت يقيم علاقة اتصال بين المنظمة و جميع زبائنها و المتعاملين معها من خارج المنظمة ،و يقتصر استخدام الانترنت على

العاملين من داخل المنظمة فقط ، أما شبكة الاكسترانت فتربط المنظمة بمورديها و شركاء أعمالها و كذلك مع المقرضين و السماسرة التي تتعامل معهم باستمرار في تسيير أعمالها التجارية .



شكل (1): الشبكات التي تعتمد عليها التجارة الالكترونية

و نتيجة لظهور كل من هذه الشبكات الثلاث (الأنترنت،الاكسترانت،و الانترانت) و ظهور ما يسمى بالاقتصاد الالكتروني ، بدأت منظمات الأعمال بإعادة النظر في إستراتيجياتها و العمل جاهدة من أجل التحول نحو هذا النمط من التجارة ألا و هو التجارة عبر الأنترنت ،و سنحاول فيما سيأتي التطرق لهذا النوع من التجارة و كل ما يتعلق به.

ثانيا_ماهية التجارة الالكترونية:

نظرا للتطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الالكترونية ظهرت العديد من التعاريف، كل تعريف ينظر إليها من منظور معين، وسوف نقوم بعرض أهم التعريفات التي وردت في أمهات الكتب الخاصة بهذا الموضوع، وذلك بهدف الوصول إلى تعريف عام.

1- مفهوم التجارة الالكترونية:

- هي اتمام أي عملية تجارية عبر شبكة الحاسب الآلي الوسيطة و التي تتضمن تحويل أو نقل ملكية أو حقوق استخدام السلع و الخدمات" (9)

- تعريف المنظمة العالمي للتجارة : التجارة الالكترونية مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات و تأسيس الروابط التجارية ،توزيع و تسويق و بيع المنتجات و الخدمات بوسائل الكترونية"(10)

- كما تعرف التجارة الالكترونية على أنها: " عمليات التبادل المدعومة بالتقنية بين الأطراف سواء كانوا منظمات أو أفراد بالإضافة إلى الأنشطة التي تحدث داخل المنظمة و بينها و بين المنظمات الأخرى لتسهيل عملية التبادل "(11)

- كما تعرف التجارة الالكترونية أيضا على أنها: "جميع عمليات البيع و الشراء للسلع أو الخدمات التي تتم بين الشركات التجارية ، الأفراد ،الحكومات ،و سائر المنظمات العامة و الخاصة باستخدام شبكات الأنترنت "(12)

من هنا فالتجارة الالكترونية تمكن الأفراد و كذلك منظمات الأعمال من الدخول المباشر إلى أي موقع على شبكة الأنترنت مهما بعدت المسافة و طال زمن الوصول و التعرف على السلع و الخدمات الموجودة عبر مواقع الشبكة المختلفة و الحصول على أفضل المواصفات و السعار بالدقة و السرعة الممكنة و بأقل جهد مما يخفض كلف عقد الصفقات و يقلص إجراءات عملية البيع و الشراء.

2_ صور التجارة الالكترونية:

تشمل صور التجارة الالكترونية العلاقات التجارية بين جهات الأعمال و المستهلك و بين مؤسسات الأعمال فيما بينها و هما الصورتان الأكثر شيوعا و أهمية في نطاق التجارة الالكترونية في الوقت الحالي ،و بين قطاعات حكومية و بين المستهلك ، و بين قطاعات حكومية و بين مؤسسات الأعمال و هذا في إطار علاقات ذات محتوى تجاري و مالي و الشكل الموالي يوضح صور التجارة الالكترونية:

من الأعمال إلى المستهلك Business to consumer و تشمل التسوق على الخط on line shopping	**من الأعمال إلى الأعمال** Business to Business **تحقيق تكاملية عمليات التوريد للمنتجات و أداء الخدمات**

من الحكومة إلى المستهلك Government to consumer الخدمات و البرامج الحكومية على الخط	من الحكومة إلى الأعمال Government to Business المشتريات الحكومية الالكترونية

شكل (2) : صور التجارة الالكترونية

3_ متطلبات التجارة الالكترونية:

يتطلب انتشار التجارة الالكترونية في أي مجتمع كان البيئة الملائمة لذلك وتتمثل هذه المتطلبات في:(13)

- **البنية التحتية الالكترونية:**

و تتضمن شبكات الاتصال السلكي و اللاسلكي (الفاكس،الهاتف ، الأنترنت، الحواسيب الآلية ، برامج التطبيقات و التشغيل ، خدمات الدعم الفنية ، رأس المال البشري....)،فهذه البنى التحتية تساعد على نمو التجارة الالكترونية و تطويرها و من جهة ثانية تساعد على انتشار استخدام الأنترنت الذي يعتبر بدوره السوق الالكتروني الذي من خلاله تتم المعاملات و المبادلات التجارية.

- **التشريعات و الأنظمة:**

تتمثل في الإطار القانوني الذي يضمن استمرار التجارة الالكترونية و حماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها و فض النزاعات التجارية الالكترونية سواء كانت في الدولة نفسها أو في دولة أخرى.

- **توفر الكوادر البشرية:**

يعتمد نجاح التجارة الالكترونية في أي مجتمع على مدى توفر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات في قطاع تقنية المعلومات ، شبكات الاتصال ،الأنترنت و البرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الالكترونية ،كما تتطلب ارتفاع مؤشر الاستعداد الالكتروني ، أي المجتمع قادر و لديه الرغبة في ممارسة التجارة الالكترونية ،و الذي يأتي من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية التي تعطي للمجتمع معرفة و ثقافة تكنولوجية.

- **الضرائب:**

تتجه السياسات الحكومية إلى عدم اقرارية الضرائب على الأنشطة التجارية الالكترونية و هذا لصعوبة التسليم المادي للمنتجات الالكترونية المباعة ، إضافة إلى غياب آليات ضريبية و جمركية متعلقة بالتجارة الالكترونية هذا ما يجعل الأنظمة الضريبية غير مهيأة لاستقبال و متابعة عمليات التجارة الالكترونية سواء على المستوى الفني أو التكنولوجي.

4_ مستويات التجارة الالكترونية:

تتحدد مستويات التجارة الالكترونية على النحو التالي:(14)

- **التجارة الالكترونية ذات المستوى البسيط**: و تتضمن عملية التوزيع الالكترونية لكلمن السلع و الخدمات خصوصا غي المادية منها ، إضافة إلى التحويلات البسيطة للأموال.
- **التجارة الالكترونية ذات المستوى المتقدم** :يركز هذا النوع على عمليات إجراءات الدفع التي تتم عبر الأنترنت ،لذا فهي تعتبر عملية تحتاج إلى توعية كبيرة من قبل المتعاملين على هذا المستوى، بالإضافة إلى أخذ الحيطة و الحذر عند التعامل.

5_ قياس حجم التجارة الالكترونية:

يتم قياس حجم التجارة الالكترونية اعتمادا على الأساليب التالية :(15)

أولا _ **جمع البيانات الرقمية عن استخدام تقنية المعلومات والاتصالات واستخدام الإنترنت:**

ويتميز هذا الأسلوب بسهولة تحصيله من مصادر مختلفة، وبالتالي توفر عنصر الثقة والدقة في مثل هذه الأرقام، ومن ثم تستخدم هذه الأرقام في معرفة أو تقدير حجم الأنشطة التجارية عبر الإنترنت.

ثانيا_ جمع بعض الإحصاءات ذات العلاقة بأنشطة التجارة الإلكترونية:

مثل معرفة مؤشرات الاستعداد الإلكتروني (Electronic Readiness) في المجتمعات، وذلك بحصر المؤسسات والقطاعات التجارية التي لديها أجهزة حاسب آلي وتوفر إمكانية استخدامها للإنترنت. وكذلك معرفة مؤشرات الكثافة، أي تلك المؤسسات التجارية التي تستقبل طلبات العملاء والمدفوعات عبر شبكة الإنترنت. وهذا الأسلوب يتناسب مع كثير من البلدان النامية التي لا تزال في المراحل الأولى في استخدام الإنترنت.

ثالثا_ إجراء المسح الميداني على مستوى المؤسسات التجارية:

يتم المسح الميداني للمؤسسات التجارية سواء في قطاع الجملة أو قطاع التجزئة، وذلك لمعرفة حجم أنشطتها عبر شبكة الإنترنت. ويجري هذا المسح سنويا أو ربع سنويا حتى يغطي الأنشطة التجارية المتجددة عبر الإنترنت.

رابعا_ إجراء المسح الميداني على مستوى الأفراد والأسر (قطاع المستهلكين):

يتم المسح الميداني على مستوى الأفراد و الأسر لمعرفة توفر أجهزة الحاسب الآلي، وكذلك معرفة إمكانية الدخول إلى الإنترنت وحجم إنفاقهم على التجارة الإلكترونية.

6_ مزايا التجارة الالكترونية:

تتعدد مزايا التجارة الالكترونية من ناحية إيجاد وسائل توافق عصر المعلومات،و تطوير الأداء التجاري و الخدماتي، و توفير و تلبية خيارات الزبون و فيما يلي سنتطرق إلى كل عنصر على حدا.

- **إيجاد وسائل اتجار توافق عصر المعلومات:**

مكنت التجارة الالكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري كالبيع عبر الوسائل الالكترونية،وكذلك التجارة الالكترونية بين قطاعات الأعمال ،من هنا تم إحداث تغيير شامل في عرض المنتج و تحقيق العرض الشامل لخيارات التسوق.

- **الدخول إلى الأسواق العالمية:**

سمحت الصفة العالمية للتجارة الالكترونية إلى إلغاء كافة الحدود و القيود من أجل الدخول للأسواق التجارية و بفضلها تحول العالم إلى سوق منفتحة أمام المستهلك.

- **تلبية خيارات الزبون:**

مكنت التجارة الالكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها و إتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع ،فالزبون يمكنه معرفة الأصناف و الأسعار ومميزات كل صنف ما يسمح له بالمفاضلة بينهم.

- **تطوير الأداء التجاري و الخدمي:**

التجارة الالكترونية و ما تتطلبه من بنى تحتية تقنية و استراتيجيات تسويقية و إدارة علاقات ،و اتصال بالآخرين..و غيرها تكون قد أتاحت الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين ،و ترفع كفاءة موظفيها و سلامة و فعالية بنيتها التحتية التقنية و برامج التأهيل الإداري.

خاتمة:

أفرز التقدم التكنولوجي في أواخر القرن العشرين ما عرف بالتجارة الالكترونية التي أصبحت تنافس التجارة التقليدية من حيث الحجم ، قلة التكاليف، ربح الوقت... كما تكسب مستخدميها قدرات تنافسية،فالتجارة الالكترونية باتت تمثل بديلا اقتصاديا و سهلا لأداء الأنشطة التجارية لاسيما مع الأسواق البعيدة،معتمدة في ذلك على الأنترت التي تساهم في توسيع حجم السوق و السماح للكثير من التجار الصغار الدخول في ميدان التجارة الالكترونية بإمكانات محدودة دون الحاجة إلى المعارض أو المباني الضخمة التي تمتاز بعدد كبير من العاملين الذين يحتاجون إلى إمكانات مالية ضخمة من هنا أصبحت الأنترت وسيطا تجاريا يسهل و يشجع على تطور العمال، غير أن هناك العديد من المشاكل التي تقف عائقا أمام تنمية وتكوين هذا النوع من التجارة خاصة ما تعلق بحماية المستهلك و مسألة امن و سرية المعلومات عند انتقالها عبر شبكة الأنترت، هذا ما يجعلها تواجه تحديات كثيرة نذكر منها :

- - احتمالات الاستغلال والابتزاز السياسي.
- تعرض البريد الالكتروني للاختراق والمضايقات.
- المشاكل والمعلومات اللآخلاقية .
- المعلومات التي تشجع على العنف والإجرام.
- مشاكل ومحاذير مالية وتجارية.
- تهريب أموال عصابات المخدرات.
- مشاكل حقوق النشر والتأليف
- مكانية الغزو الثقافي الأجنبي .
- تأثيرها على النشاط العقلي للإنسان.

وللتغلب على هذه التحديات يتطلب الأمر وضع استراتيجيات إقليمية ووطنية لاستخدام أساليب التجارة الإلكترونية وتطوير التكنولوجيا اللازمة محليا، إذ أنه لا يمكن مثلا الاكتفاء باستخدام الأدوات البرمجية التي تتوفر في الأسواق العالمية، بل لابد من السيطرة على التكنولوجيات الحديثة وتطوير الأدوات المناسبة ، وحسب الاحتياجات المحلية ، ويمكن حصر الاحتياجات الرئيسية لتطوير التجارة الإلكترونية فيما يلي:

1- **تحسين وتوسيع البنية التحتية**: ويشمل ذلك:

•إنشاء شبكات رئيسية للأنترنت تخدم التطبيقات الإلكترونية المتوقعة، مع توفير الحماية التقنية الضرورية لأمان التطبيقات التجارية الإلكترونية.

•التوسع في الشبكات الخلوية نظرا لبدء انتشار التجارة النقالة عبر الهاتف الخلوي، مثلا باستخدام بروتوكول التطبيقات اللاسلكية وتطويراته.

•تخفيض تعريفة الإتصالات الداخلية وإلغائها إن أمكن ضمن المدن، خصوصا بالنسبة لاستخدام الأنترنت، لوضعها في متناول الأفراد والمؤسسات الصغيرة.

2- **تشجيع ودعم إستخدام الأنترنت والتجارة الإلكترونية**: وذلك من خلال الخطوات التالية:

- تسهيل الاشتراك بالانترنت للشركات والأفراد.
- تشجيع مزودي خدمات الانترنت للتوسع في التطبيقات .
- نشر المعرفة حول التجارة الإلكترونية ومزاياها وأهميتها المستقبلية، وإحداث مراكز تدريب ومراكز معلومات خاصة في المناطق الريفية والنائية.
- تنفيذ مشاريع رائدة في مجالات مهمة مثل السياحة والنقل والعناية الصحية والتصدير، لإبراز أهمية التجارة الإلكترونية في هذه القطاعات والترويج لاستخدامها على نطاق واسع.
- ولا بد من التأكيد على ضرورة التعاون بين القطاع العام والخاص وغرف التجارة والصناعة وتحقيق الانتشار المنشود للتجارة الإلكترونية، خاصة بجعلها في متناول جميع فئات المجتمع.

3- **القيام بالبحث والتطوير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل**:

- بحوث في مجالات مرتبطة باللغة العربية وخصوصياتها لتحسين أداء محركات البحث العربية؛
- جهد أكبر في التأهيل والتعليم العالي في تكنولوجيا المعلومات وتطوير البرمجيات التطبيقية العربية؛
- أقلمة التجهيزات و البرمجيات الأساسية مع المحيط المحلي خاصة فيما يتعلق بأمن الشبكات؛
- التوسع في تطوير بعض التطبيقات الالكترونية الأساسية مثل التعليم والتدريب عن بعد.

4- **تنشيط الصناعة المعلوماتية مثل:**

- تشجيع الشركات الناشئة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال و دعمها.
- توفير المناخ الملائم للابتكار من خلال إحداث حاضنات تكنولوجية وحدائق علم وتكنولوجيا؛
- تخفيض الضرائب على الشركات الناشطة في التطوير والخدمات المعلوماتية والاتصالية.

5- **تحديث القوانين والتشريعات والإجراءات من أهمها:**

- اعتماد قوانين الملكية الفكرية والنشر ووضع آليات التنفيذ المناسبة والفعالة.
- تحويل قطاع الاتصالات وخلق مجال للتنافس بغية تحسين الخدمات وتخفيض الكلف وجعلها في متناول الجميع.
- تعديل الإجراءات المعتمدة في الدوائر العامة لتسهيل عمليات التجارة الالكترونية بحيث تتوافق مع روح التشريعات والقوانين الصادرة؛

6- تطوير الخدمات المصرفية من خلال:

- تسهيل التعامل المصرفي عن بعد؛
- اعتماد التوقيع الإلكتروني؛
- السماح بالتشفير للحفاظ على السرية المصرفية والتجارية؛
- معايرة المستندات الإلكترونية المصرفية للتوافق مع المعايير العالمية.
- وضع الضوابط الملائمة للخدمات المصرفية؛

قائمة الهوامش:

1 – عواطف يونس إسماعيل أمين الزيواني، **انعكاسات التجارة الالكترونية على الأداء التسويقي للمنظمات الخدمية، دراسة على مجموعة مختارة من المنظمات الخدمية في محافظة نينوى**، أطروحة دكتوراه ، ادارة أعمال ، جامعة الموصل ، 2004 ، ص 48.

2- المرجع السابق ، ص 48 .

3- www .dtp.va.us. Pubs policivesp. يوم 25- 11- 2010

4- الأكاديمية العربية للدراسات المالية و المصرفية – **مقدمة غالى التبادل الالكتروني للبيانات** ، مجلة الدراسات المالية و المصرفية ، العدد الرابع ، إعداد مركز البحوث المالية و المصرفية ، الأردن 2001 ، ص 12 .

5- عواطف يونس إسماعيل أمين الزيواني ، مرجع سابق ، ص 51 .

6- Alter, Steven, (1999), "Information System Management Perspective",3 ed. Addison Wesley, Inc, Education Published New York p 208

7- عواطف يونس إسماعيل أمين الزيواني ، مرجع سابق ، ص

8- عواطف يونس إسماعيل أمين الزيواني ، مرجع سابق ، ص

9- عابد بن عابد العبدلي ، **التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية :الواقع و التحديات، الآمال** ، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005 ، ص 6 .

10 - خولة فرحات ، مرجع سابق ، ص 8.

11- يوسف أبو فارة - **مقدمة عن التجارة الالكترونية** ، ص 5 على الموقع abufara .Net www.yausuf يوم 12- 02 - 2011

12- مسعود جماني ،**اثر التجارة الالكترونية على إنتاجية و تنافسية المؤسسة_دراسة استطلاعية لبعض الوكالات السياحية بباتنة**، رسالة ماجستير ،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008 ، ص 50.

13- مسعود جماني ،المرجع السابق ، ص ص 59_60.

14- خولة فرحات، مرجع سابق ، ،ص 15

16 -http://www.drabid.net/ecommerce1.htm يوم 13 - 02 - 2011

17 - www .dtp.va.us. Pubs policivesp. يوم 25- 11- 2010

قائمة المراجع :

1- عواطف يونس إسماعيل أمين الزيواني،**انعكاسات التجارة الالكترونية على الأداء التسويقي للمنظمات الخدمية ،دراسة على مجموعة مختارة من المنظمات الخدمية في محافظة نينوى**، أطروحة دكتوراه ، ادارة أعمال ، جامعة الموصل ، 2004 .

2- عابد بن عابد العبدلي ، التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية :الواقع و التحديات،الآمال ، جامعة أم القرى،مكة المكرمة، 2005 .

3- خولة فرحات تأثر التجارة الالكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية- دراسة حالة البنك الالكتروني monabanq، رسالة ماجستير ، إدارة أعمال ،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر باتنة ،قسم التجارة ، جوان 2008

4- مسعود جماني ،اثر التجارة الالكترونية على انتاجية و تنافسية المؤسسة_دراسة استطلاعية لبعض الوكالات السياحية بباتنة، رسالة ماجستير ،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008.

5- الأكاديمية العربية للدراسات المالية و المصرفية –**مقدمة غالى التبادل الالكتروني للبيانات** ،مجلة الدراسات المالية و المصرفية ، العدد الرابع ،إعداد مركز البحوث المالية و المصرفية ، الأردن، 2001 .

6- Alter, Steven, (1999), "Information System Management Perspective",3 ed. Addison Wesley, Inc, Education Published New york

7- يوسف أبو فارة - مقدمة عن التجارة الالكترونية ، ص 5 على الموقع : abufara .Net- www.yausuf يوم 12- 02 - 2011

8- http://www.drabid.net/ecommerce1.htm يوم 13 - 02 - 2011